



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**CALIDAD DE SERVICIO Y SU INFLUENCIA CON LA SATISFACCIÓN
DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA TECNOLOGIA IRON STEEL,
LIMA 2016**

TÉSIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR:

ALVARADO ZÁRATE, FRANCISCO SAMUEL

ASESOR:

DR. RODRIGUEZ FIGUEROA, JORGE LUIS

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

LIMA - PERU

2016 – II

PÁGINA DE JURADO

DR. JORGE RODRIGUEZ FIGUEROA
PRESIDENTE

DR. MAYRENA FOX, LILIANA

SECRETARIA

DRA. RODRIGUEZ RODRIGUEZ, MARIBEL

VOCAL

DEDICATORIA

Dedico mi tesis a mis Papás quienes me apoyaron en los momentos difíciles, con los recursos necesarios para estudiar y sobre todo son la amistad única que me dan dentro y fuera de casa y que me han enseñado que en la vida no hay que huir de los problemas, hay que buscar la solución.

A mis hermanos quienes me han apoyado incondicionalmente en lo que he necesitado, por siempre estar presentes y saber escucharme.

A mis amigos quienes me han enseñado muchas cosas y he compartido momentos inolvidables con cada uno.

AGRADECIMIENTO

Expreso mi gratitud a mis asesores el Dr. Jorge Rodríguez Figueroa y Dr. Narciso Fernández Saucedo; por la enseñanza que me han brindado así como las recomendaciones necesarias para mejorar y las experiencias transmitidas.

A todos mis profesores de la Escuela Académico Profesional de Administración, Universidad Cesar Vallejo, quienes aportaron un granito de arena para mi formación profesional y lograr ser un Administrador de Empresas competitivo y con pertinencia social.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo Francisco Samuel Alvarado Zárate con DNI N° 47323966, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad Cesar Vallejo.

Lima, 07 de diciembre del 2016

Francisco Samuel Alvarado Zárate

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo presento ante ustedes la tesis titulada “CALIDAD DE SERVICIO Y SU INFLUENCIA CON LA SATISFACCION DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA TECNOLOGIA IRON STEEL, LIMA 2016”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título profesional de Licenciado en Administración de Empresas.

Francisco Samuel Alvarado Zárate

El Autor

ÍNDICE

PÁGINA DE JURADO.....	II
Dedicatoria.....	III
Agradecimiento.....	IV
Declaratoria de Autenticidad.....	V
Presentación.....	VI
Índice.....	VII
I. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Realidad Problemática.....	2
1.2. Trabajos Previos.....	3
1.2.1. A nivel Nacional.....	3
1.2.2. A Nivel Internacional.....	4
1.3. Teorías relacionadas con el tema.....	6
1.3.1. Calidad de Servicio.....	8
1.3.2. Satisfacción del Cliente.....	11
1.4. Formulación del Problema.....	14
1.4.1. Problema General.....	14
1.4.2. Problemas Específicos.....	15
1.5. Justificación de estudio.....	15
1.5.1. Relevancia Social.....	15
1.5.2. Justificación teórica.....	15
1.5.3. Relevancia Economica.....	16
1.6. Objetivos.....	16
1.6.1. Objetivo General.....	16
1.6.2. Objetivos Específicos.....	16
1.7. Hipótesis.....	17
1.7.1. Hipótesis General.....	17
1.7.2. Hipótesis Específicas.....	17
II. MÉTODO.....	17

2.1. Diseño de la Investigación.....	17
2.1.1. Diseño de Investigación: No experimental de corte Transversal.....	17
2.1.2. Nivel de Investigación: Descriptivo – Explicativo.....	18
2.1.3. Tipo de investigación.....	18
2.1.4. Tipo de investigación: Aplicada.....	19
2.2. Variables para la Operacionalización.....	20
2.2.1. Variables Calidad de Servicio, Satisfacción del Cliente.....	20
2.2.2. Operacionalización de las variables.....	20
2.3. Población y muestra.....	22
2.3.1. Población.....	22
2.3.2. Muestra.....	22
2.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos, Validez y Confiabilidad.	22
2.5. Método de Análisis de Datos.....	25
2.6. Aspectos Éticos.....	25
III. RESULTADOS.....	26
3.1. Pruebas paramétricas.....	26
3.2. Prueba de la Hipótesis.....	27
3.2.1. Prueba de Hipótesis General.....	27
3.2.2. Hipótesis Específica Identidad.....	28
3.3. Análisis e Interpretación de los Resultados.....	32
IV. DISCUSIÓN.....	42
V. CONCLUSIONES.....	48
VI. RECOMENDACIONES.....	49
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	49
VIII. ANEXOS.....	52

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

Se ha visto que desarrollar metalurgia es muy difícil debido a la alta productividad y a menores costos que manejan otras realidades. Por ejemplo los productos Chinos.

La fundición de acero y otras aleaciones de hierro cuentan con mucho tiempo de estar establecidas en el Perú, a nivel local contamos con fundiciones de mediana capacidad para abajo, los estándares de calidad a lo largo del tiempo no han sido exigentes, es por eso que vemos que gran parte de nuestra realidad está dominada por los productos metalúrgicos importados pudiéndose estos desarrollarse en el País.

La calidad de servicio actualmente es requerida en todas las industrias, primarias, de transformación y de negocios en general, porque hoy por hoy los consumidores cuentan con necesidades mayores, motivada porque la competencia es grande. Las empresas de servicios que quieran sobresalir en el mercado con productos que cumplan con estándares internacionales y con normas ambientales actuales, cumplirán con los servicios de la calidad con el fin de satisfacer a los clientes. La calidad en la actualidad se trata de ir más allá del producto, es decir tener en cuenta a los consumidores durante y después del proceso de fabricación del producto – transformación.

Ahora la calidad de servicio es usada como medio de diferenciación; pero esto no siempre se da ya que existen empresas que no consideran la calidad como un factor determinante, ya que no es tangible. Pero diferentes estudios indican que una correcta inversión en la calidad servirá para que los consumidores puedan percibirlo, lo que a su vez hará que lo comenten y regresen a consumir el producto generado.

En el distrito de Comas existen 27 fundiciones de media capacidad que comprenden toda la gama de los metales, la empresa de estudio , se ubica en Trapiche – Comas, en Parcelación Exfundo Chaclacerro Mz “D” Lt. 89 Comas, la empresa tiene 4 años laborando, cuenta con una cartera de clientes cerca de los 400, de los cuales un 25% son clientes activos, un 30 % son clientes semi – activos

y el 45% son clientes esporádicos, sin embargo a finales del año 2014 dos fundiciones nuevas abrieron puertas cerca a la empresa de estudio, una es Moreno hermanos S.A.C. y la segunda es Faiconapi S.R.L. ambas de mediana capacidad, esto puso más presión en los trabajos que se recibían dentro de la empresa para los colaboradores.

A mediados del año 2015 se detectó que la empresa Tecnología Iron Steel perdió 65 clientes y hubo quejas de cerca de 32 clientes con temas relacionados a composición química de los cuerpos por no lograr cumplir las expectativas, por temas de porosidad que disminuían la calidad final.

Es por esto que en el 2016 se contrató nuevo personal para la parte operativa de la empresa, la empresa propuso nuevas metas a cumplir a finales de este año porque quieren ampliar sus stocks, renovar maquinaria y dar capacitación a sus Ingenieros.

En la actualidad los problemas persisten y las utilidades de la empresa han caído un 3% en lo que va del año, existen quejas de unos 63 clientes sin solucionar por parte de la empresa, esto es del año 2015 que se arrastró al presente año; se ha visto que existe falta de capacitación en cuanto al personal que realiza las operaciones porque las quejas de porosidad y composición química aún persisten y esto ocasiona productos que no salen de la empresa, porque los clientes no las llevan, ocupando espacio valioso sin límite de tiempo y ocasionando gastos de almacén y operativos dentro de la empresa de estudio.

Existen déficit en el tiempo de entrega de los productos por un tema de organización dentro de la empresa, y las ventas han bajado un 4 % con respecto al año 2015.

1.2. Trabajos previos

Los trabajos a continuación son acerca de nuestras variables de estudios, y son recopilados de autores y fuentes distintas.

1.2.1. A nivel nacional

Contreras (2014) realizó la tesis denominada “Satisfacción laboral y Calidad de Servicio en el área de las cocinas de la empresa Retail Promart sede Breña, durante el año 2014” en la ciudad de Lima – Perú. La cual busca determinar el grado de asociación entre la calidad de servicio percibida por los consumidores y su lealtad de compra en supermercados de Lima, llegando a la conclusión de que:

- a) Hay una fuerte relación – asociación entre la calidad de servicio percibida por el cliente y su lealtad de compra cerca del 40% de los clientes que regresan y es a causa de una buena imagen brindada por los colaboradores.
- b) La Calidad de Servicio tiene mayor asociación con la lealtad como intención de comportamiento, frente a la lealtad como comportamiento efectivo; y hay un incremento del 10% de clientes fidelizados, ya que la atención que los trabajadores dan a los clientes, hacen que se sientan reconocidos.

Lo que Contreras define es que la empresa se preocupa en desarrollar estrategias para que su personal esté calificado para la atención al cliente y sepa tomar decisiones oportunas.

Gómez (2014) en su tesis de investigación “Calidad de servicio y la fidelización del cliente de la empresa DERCO S.A. Lima 2014” en Lima – Perú. La cual busca determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la fidelización de los clientes de la empresa DERCO S.A., llegando a la conclusión siguiente:

- a) Que existe una relación significativa entre la calidad de servicio y la lealtad como comportamiento de los clientes de la empresa DERCO S.A. porque la investigación muestra una correlación positiva alta de 0.752.
- b) Los factores que ayudan a contribuir con el indicador de calidad de servicio para el cliente son: la confianza, lealtad de comportamiento, y seriedad en las actividades de desarrollo.

En la tesis anterior la calidad de servicio influye el comportamiento de los clientes, estos a su vez pueden llegar a identificarse con la empresa, si ésta logra poner en práctica los factores que contribuirán a una fidelización del cliente.